

# TENDENCIAS DIGITALES\_TURISMO

Cómo los sectores tradicionales se reinventan con las nuevas tecnologías



ACTUALIZACIÓN OCTUBRE 2023





# DATOS

Según diferentes previsiones, en 2023 España recibirá **85 millones de turistas**, dos millones más que el año previo al estallido de la pandemia y que ya había supuesto un registro histórico.

España es el **segundo país con mayor demanda mundial**, solo por detrás de Estados Unidos y seguido por Italia. Un 61% del interés que despierta nuestro país proviene de los turistas nacionales frente a un 39% de los internacionales (EMEA Summer Travel 2023, de Google y Rocket Digital).



# OPORTUNIDADES

- 01** | Una experiencia sin fricción
- 02** | Inteligencia artificial para mejorar el negocio
- 03** | El metaverso
- 04** | Internet de las Cosas
- 05** | Gemelos digitales
- 06** | El negocio de los viajes de negocios



# UNA EXPERIENCIA SIN FRICCIÓN

1

La tecnología está llamada a desempeñar un papel fundamental para **mejorar la experiencia de viaje** al contribuir a reducir las preocupaciones y los factores de estrés que se puedan producir durante ese proceso.

Las soluciones tecnológicas que simplifican los procesos para el viajero también pueden traer **ventajas a los proveedores de viajes**, no sólo mejorando la experiencia del cliente, sino también aumentando la eficacia de sus negocios.

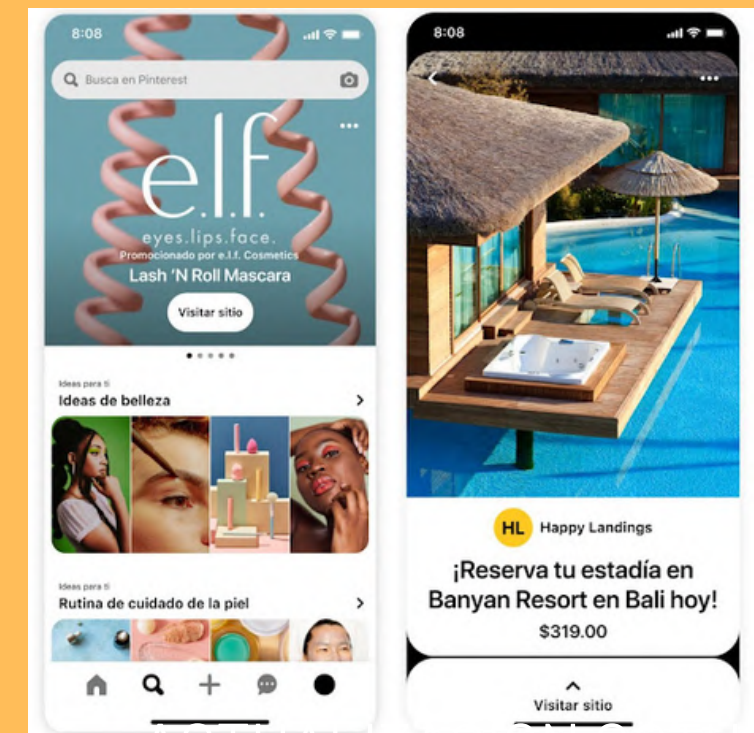
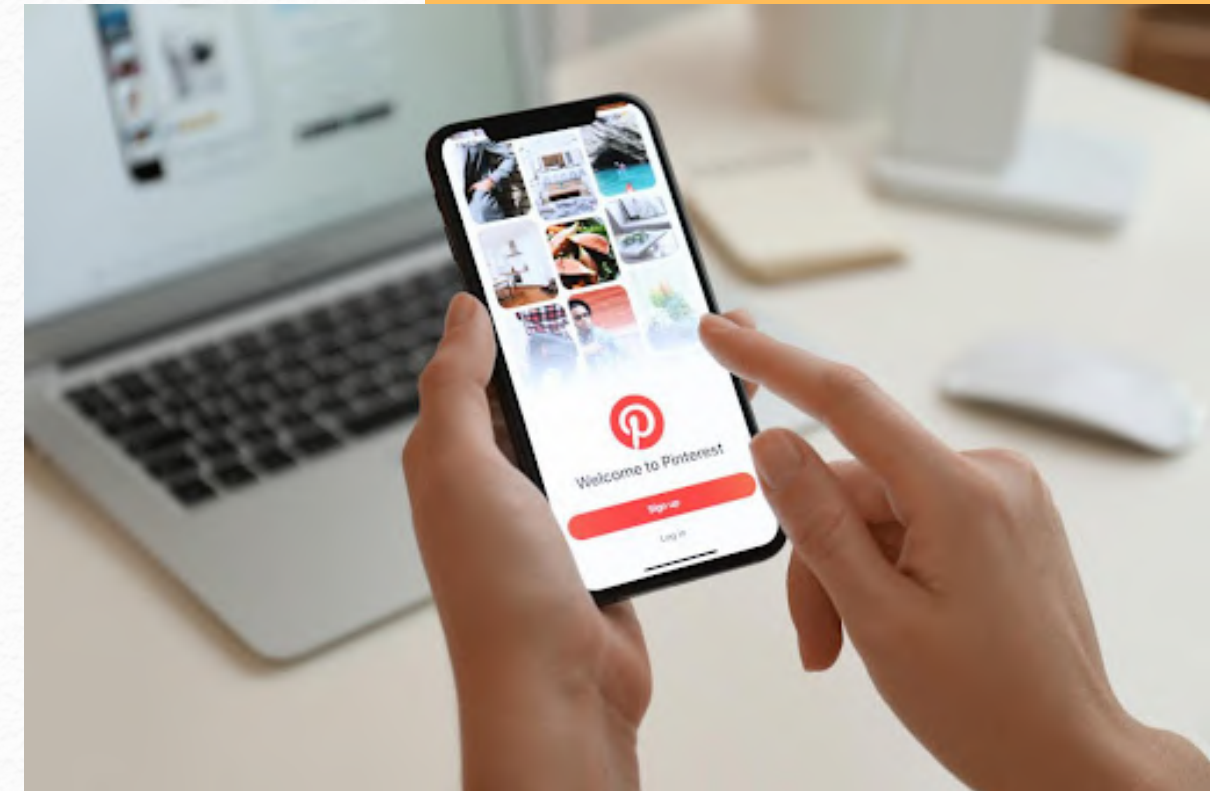
En este sentido, los **viajes personalizados** se han convertido en una tendencia clave que va de la mano de la tecnología. Por ejemplo, los resultados de búsqueda se adaptan al historial del navegador, o se usan los datos de geolocalización para ayudar a los clientes a navegar por entornos desconocidos.





# EJEMPLO #RESERVAS #PINTEREST

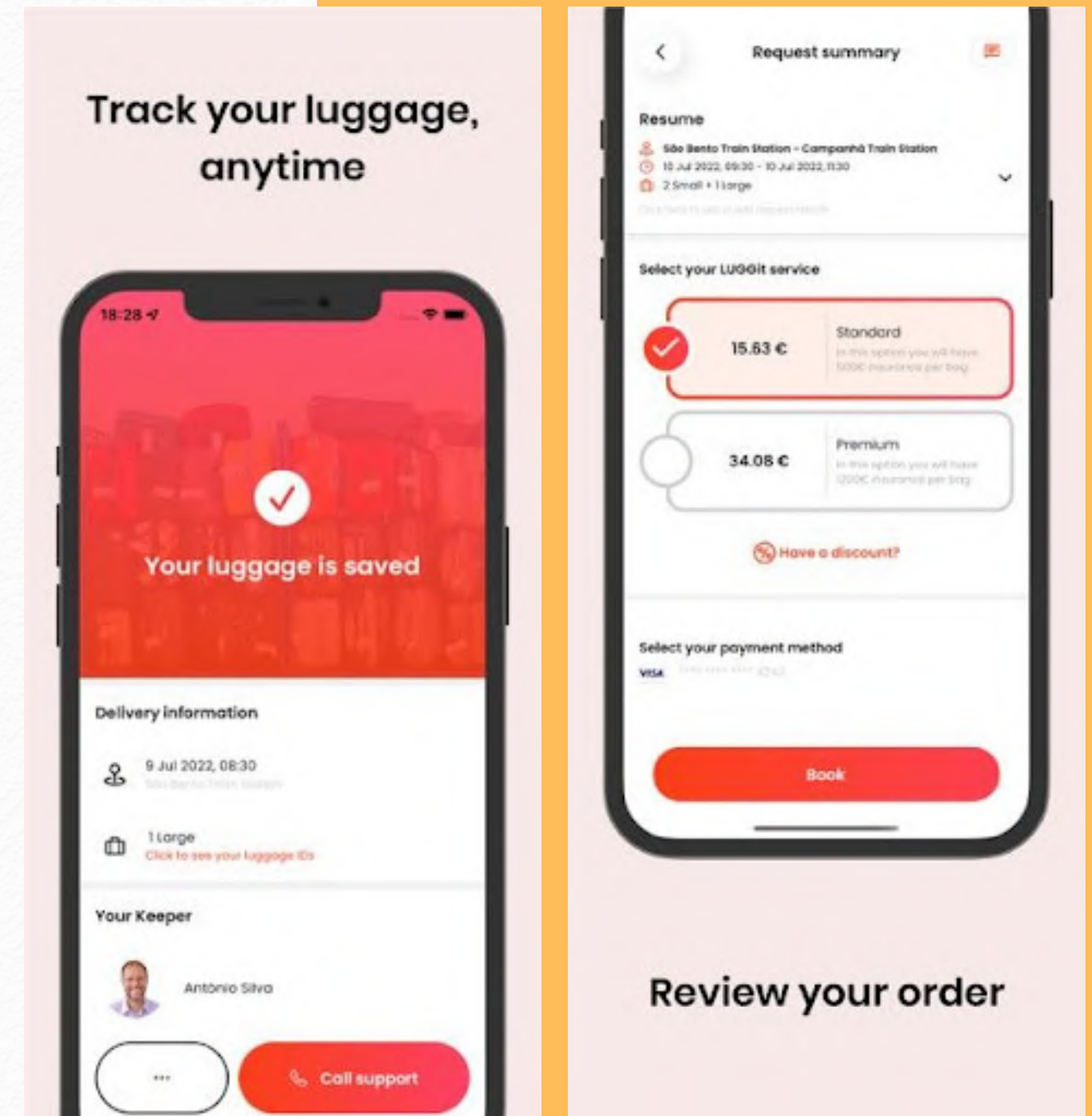
Pinterest, red social con 460 millones de usuarios mensuales en todo el mundo y 10 millones de usuarios únicos en España, ha lanzado **"Catálogos de Viaje"**, una nueva propuesta para que las empresas y destinos turísticos conviertan la inspiración en reservas reales. Esta nueva herramienta surge para **dar respuesta a las necesidades de un sector con gran peso en la plataforma**, especialmente en un país donde la industria turística es tan potente. Cualquier empresa puede subir y gestionar sus "Catálogos de Viaje" en Pinterest de forma gratuita. Lo que hace la plataforma es **convertir de forma automática el listado en un Pin de producto dinámico**, disponible para la compra, con información relevante para el viajero, como el nombre del hotel, precios, imágenes y descripciones, junto con un enlace al sitio web para realizar la reserva.





# EJEMPLO #LUGGIT #EQUIPAJES

LUGGit.app, también conocida como el **Uber de los equipajes**, ha desembarcado este verano en Barcelona. El cliente puede así, mediante su app, localizar a un conductor cercano que va a **recoger su equipaje, se lo guarda y se lo lleva después a la hora y donde le indique**. En todo momento puede seguir en tiempo real la localización de su equipaje y hablar con el conductor para la recogida. La aplicación ya está disponible en Lisboa, Oporto, Viena y Praga.





# INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MEJORAR EL NEGOCIO

La transformación digital en el sector turístico se basa en los **datos** para mejorar la experiencia del viajero y **optimizar** la gestión y promoción de destinos turísticos. Esto incluye la implementación de sistemas de **análisis** de datos para mejorar la toma de decisiones estratégicas.

Así, el **Big Data** puede ser utilizado para mejorar la **experiencia del viajero** y para tomar decisiones vitales. El *Smart Data* es una forma más selectiva y precisa de utilizar los datos para obtener resultados específicos. Ambos conceptos son fundamentales en la era digital actual, y su uso ayuda a impulsar la competitividad de la industria.

En este sentido, la inteligencia artificial es la tecnología que está **ganando cada vez más peso en el sector**. Permite a las empresas automatizar tareas (y así ahorrar tiempo y reducir costes) y hacer previsiones más acertadas basadas en datos.





# EJEMPLO #DIGITRIPS #PLANIFICACIÓN

La plataforma francesa especializada en viajes multiproducto Digitrips ha lanzado un intuitivo servicio de asistente virtual basado en ChatGPT, que **ofrece a los viajeros consejos sobre viajes y destinos en 11 idiomas**. La nueva funcionalidad, desarrollada por su filial de soluciones móviles mTrip, se está probando en su aplicación MisterFly y pronto estará disponible para clientes B2B a través de la versión de marca blanca de la aplicación. Aunque impulsada por ChatGPT-4 de OpenAI, **su solución adaptable está diseñada para integrarse perfectamente con otras herramientas de IA conversacional**, incluido Google Bard.





# EJEMPLO #CICERONEAI #ORGANIZACIÓN

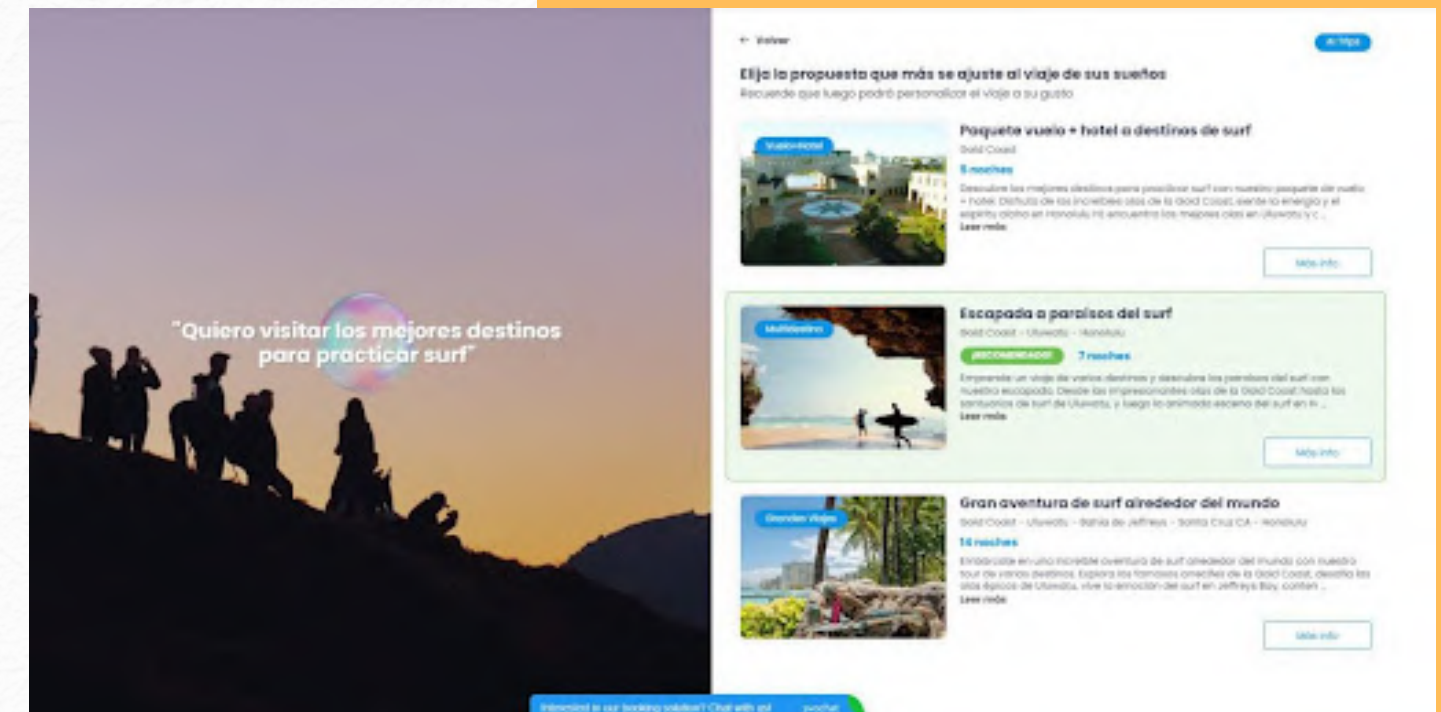
Ciceroneai.com, creada por la startup malagueña iUrban.es, **ayuda a organizar un viaje en segundos como si de un local se tratase**, personalizando la respuesta gracias a ChatGPT. Pero, además, está **conectado con las webs de organismos oficiales de turismo** para dar información veraz en todo momento y así evitar respuestas incorrectas. Sólo hay que elegir destino y el planificador personaliza el viaje del turista según el número de días de estancia, intereses y el perfil del viajero (familiar, pareja, trabajo, etc.), **creando una ruta con los elementos a visitar, actividades y eventos** con el proveedor más económico en su idioma, pudiendo éste realizar cualquier modificación en tiempo real y proponer sugerencias adaptadas al turista. Además dispone de un **chatbot gratuito conectado a ChatGPT** para responder cualquier duda, como una oficina de turismo abierta 24 horas.





# EJEMPLO #AITRIPS #ML

Al Trips, ya operativo en más de 15 países, emplea **algoritmos avanzados de aprendizaje automático** que analizan y procesan en tiempo real una amplia gama de datos gracias a la combinación de 12 tecnologías desarrolladas por Travel Compositor. Así, desde preferencias del usuario hasta **información de destinos, clima, eventos locales, etc.**, posibilita que cada viaje sea único y personalizado, ofreciendo respuestas y resultados adaptados a las **necesidades individuales** del viajero y permitiéndoles avanzar en unos clics desde una sola pregunta a la reserva del viaje. El motor ya se ha implementado en las webs de empresas como la OTA española Central de Vacaciones.





# EL METAVERSO

Las empresas turísticas exploran el Metaverso, en busca de ofrecer nuevas experiencias a sus clientes y desarrollar modelos de negocio alternativos. No se trata de que los viajes virtuales puedan sustituir a los reales, sino la de buscar vías abiertas para **crecer dentro del Metaverso** y convertirse en un sector pionero.

Muchos destinos y establecimientos turísticos pueden **integrarse en el metaverso** para permitir que los clientes puedan conocer previamente lo que les espera en el destino real antes de viajar físicamente: algo parecido a un tour virtual pero con la posibilidad de interactuar en este mundo digital como sí de verdad nos encontrásemos ahí.

También los **viajes de negocio** pueden aprovecharse del Metaverso para complementar o sustituir este tipo de desplazamientos, lo que permitirá a empresas y organizadores ahorrar costes sin que eso implique un descenso de sus ingresos, ya que se mantendrían los contactos profesionales dentro de ese mundo virtual.





# EJEMPLO 1 #VUELING #NEXTEARTH

La aerolínea Vueling es pionera en el sector en su desarrollo en el metaverso. Para ello, se ha unido a Next Earth, y a la startup española de servicios de movilidad compartida, lomob, para **abrir un canal de venta en el metaverso**. La idea es que estas empresas trabajen juntas para desarrollar herramientas y servicios que permitan a los "Next Earthianos" **visualizar y planificar viajes en el mundo real**. A partir de ahora, los usuarios podrán hacer un **seguimiento de las emisiones de carbono y reservar un transporte "carbono positivo"** a través de la aplicación complementaria Metaverse e lomob.





# EJEMPLO #RIU #HÍBRIDO

Riu Hotels & Resorts ha sido uno de los pioneros de la industria hotelera española en explorar las opciones que brinda el metaverso, **reproduciendo el emblemático Riu Plaza España en el mundo virtual**. Este icono de la ciudad de Madrid ofrece experiencias de en el mundo real que, desde el pasado verano, también pueden vivirse en el virtual. Este nuevo paso en el metaverso, con la **recreación fidedigna de los espacios de eventos del hotel** siguiendo los planos de la reforma, abre una nueva oportunidad para, además de visitar el espacio, poder **celebrar eventos mixtos, presenciales y digitales, o bien 100% virtuales**.

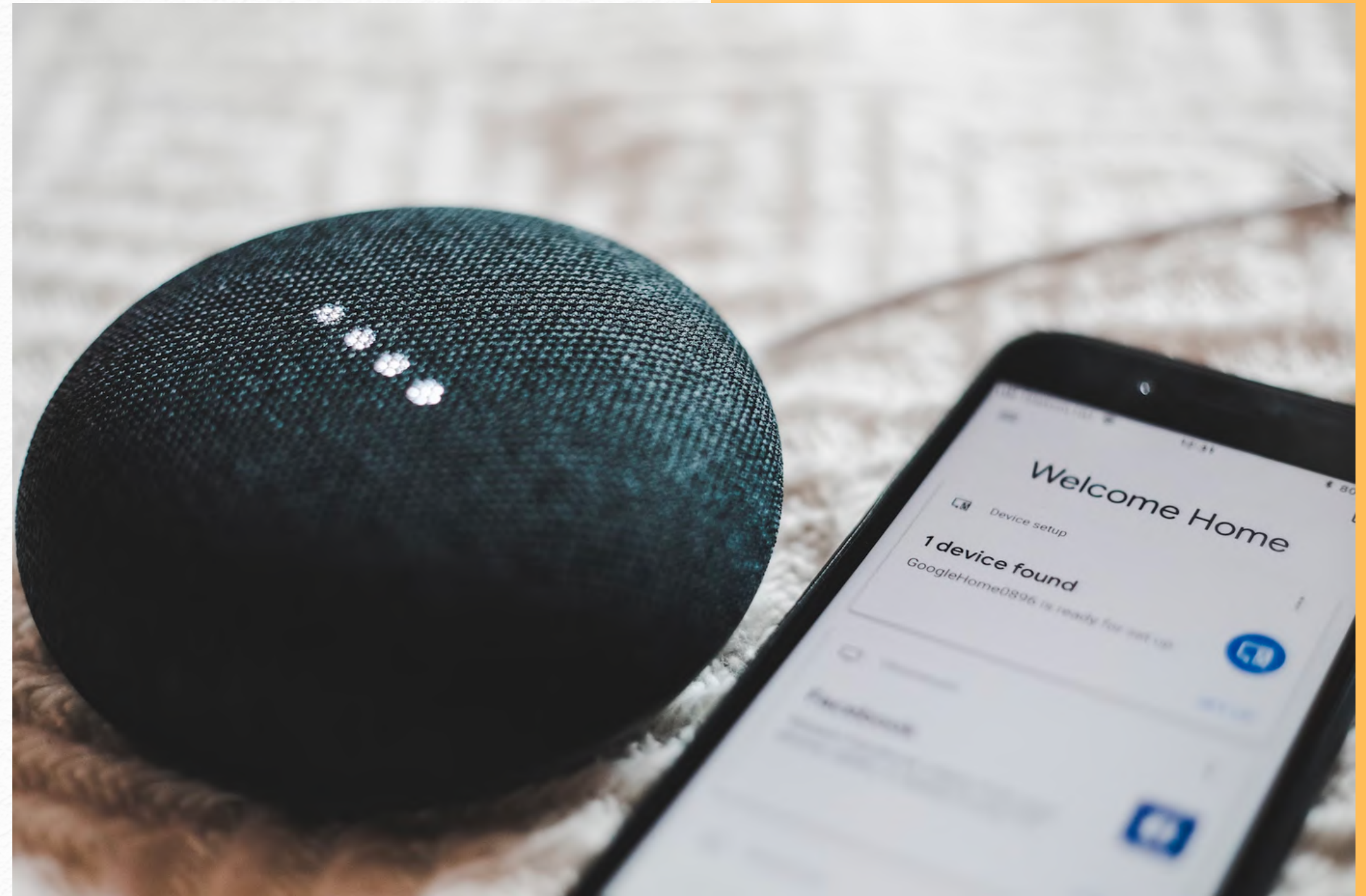




# INTERNET DE LA COSAS

El IoT permite a las empresas del sector turístico **optimizar sus recursos y sus costes**, a la vez que se adaptan a las necesidades del público objetivo. En las habitaciones de hotel, por ejemplo, el internet de las cosas permite al huésped **interactuar con todos los objetos** del lugar, teniendo la posibilidad de dar instrucciones para regular la luz, controlar la temperatura, encender la televisión o bajar las persianas, entre otras muchas opciones.

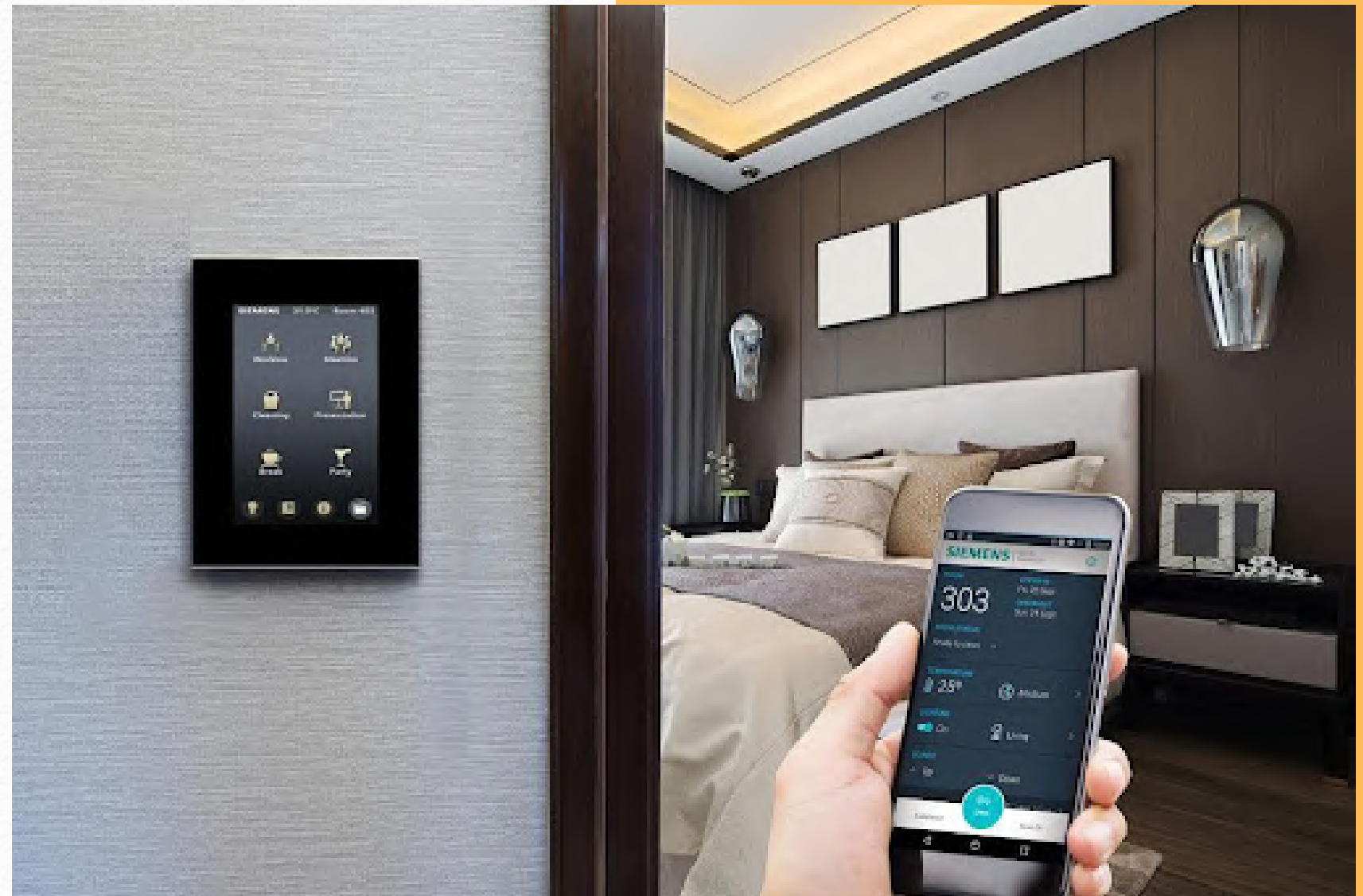
Mediante el IoT también podemos **recabar** un enorme volumen de **datos** sobre el comportamiento de los viajeros, lo que nos servirá para ofrecerles servicios mucho más apropiados a sus intereses, mejorando así la calidad de su estancia.





# EJEMPLO #SIEMENS #SMARTHOTEL

Siemens Smart Hotel es una solución de Siemens que permite **adaptar todos los aspectos relacionados con el confort de la habitación a las preferencias de cada uno**: iluminación de los diferentes puntos de la habitación, temperatura, control de persianas... La automatización del edificio y la conexión de los diferentes dispositivos proporcionan **informes de consumo energético** que pueden utilizarse para ahorrar costes y convertirlo en un hotel sostenible. El propio huésped, a través de una app, puede gestionar todos estos aspectos desde su *smartphone* o *tablet*, así como solicitar los servicios que ofrece el hotel (restaurante, gimnasio, spa...), y recibir información turística, proporcionándole así una **experiencia digital**. Asimismo, le permite entrar y dejar la habitación sin necesidad de pasar por recepción, eliminando el tiempo de espera.





# EJEMPLO #LG #APPLE

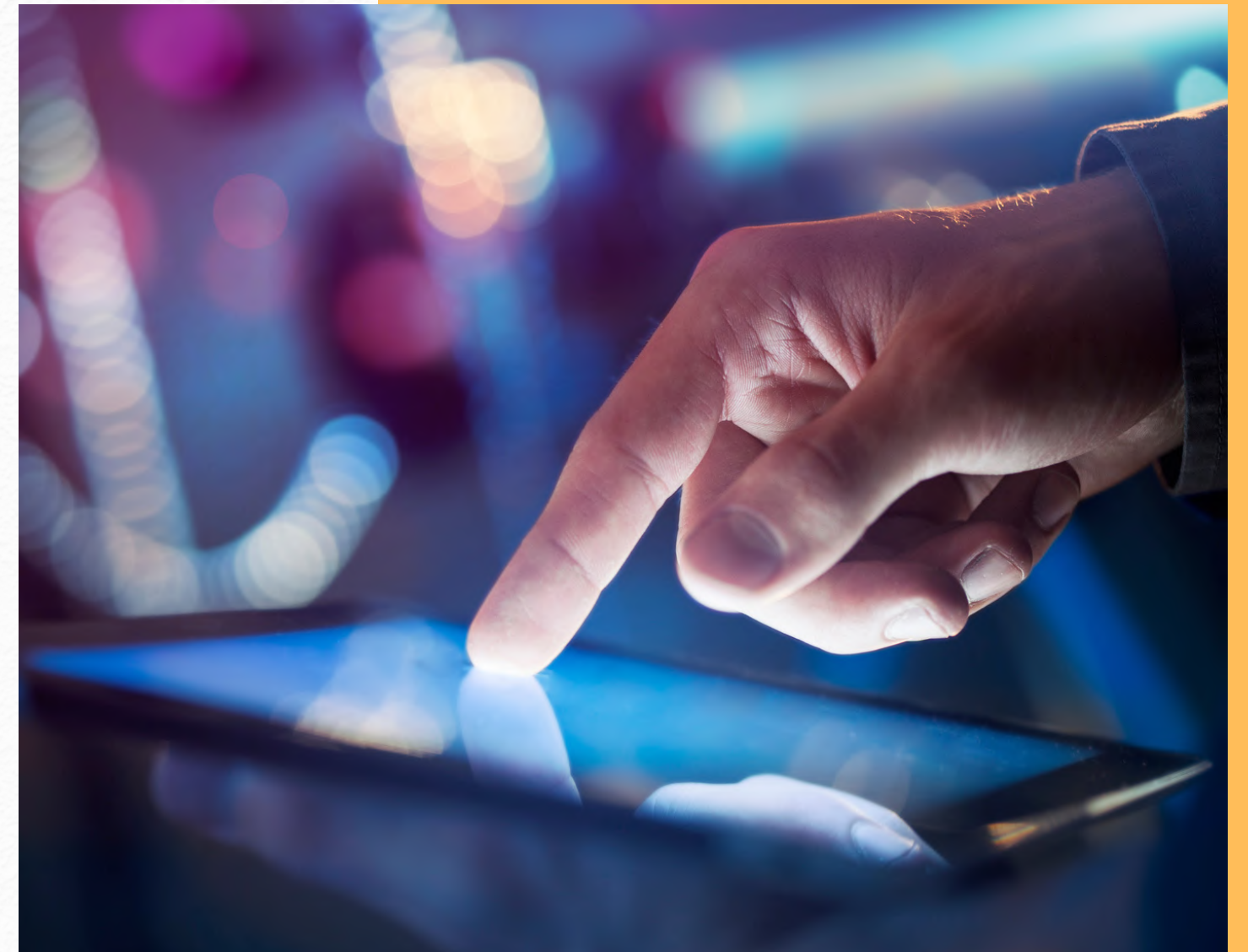
LG Electronics ha anunciado que las Smart TV de la marca orientadas a hoteles contarán con soporte para AirPlay. Esto significa que **el huésped puede enviar cualquier contenido desde el móvil, y sin registro alguno**. Hablamos de una nueva familia llamada LG Pro:Centric Smart Hotel y que está dirigida al sector. De momento, solo ofrecerán soporte para AirPlay, pero en un futuro podrían integrar soporte para Chromecast, lo que permitiría hacer lo mismo desde un teléfono Android. Cuando se accede a una habitación, el huésped tan solo tiene que escanear un código QR desde el iPhone o iPad. Gracias a esta acción, **se puede utilizar AirPlay para transmitir música y audio desde el dispositivo iOS**, además de reflejar la pantalla de iPhone, iPad o Mac entre otras muchas ventajas.





# GEMELOS DIGITALES

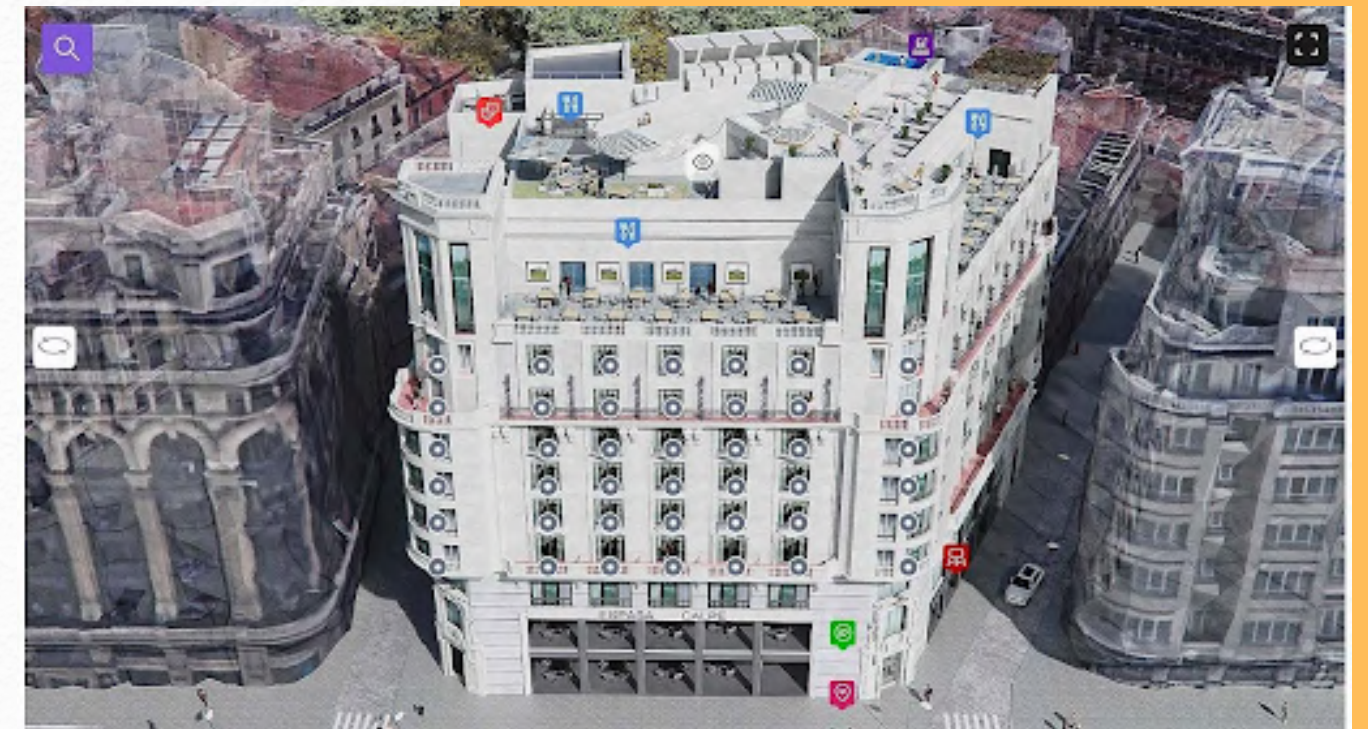
En este ámbito, surge también la opción de la creación de un gemelo digital (***Twin Hotel***) para la **gestión integral** de la seguridad y eficiencia energética de establecimientos hoteleros. Esta herramienta permite **apoyar la toma de decisiones** para el desarrollo de nuevos modelos hoteleros sostenibles que respondan a las necesidades de transición ecológica. Su objetivo es el diseño y la validación de operaciones hoteleras sostenibles, entre otros beneficios.





# EJEMPLO #CR7 #HOTELVERSE

**Cristiano Ronaldo da el salto al metaverso.** El futbolista y empresario ha contratado los servicios de Hotelverse para crear un gemelo digital del hotel que tiene en el centro de Madrid, el **Pestana CR7 Gran Vía**. Para ello, Hotelverse ha construido una réplica digital del hotel, que se podrá visitar en la página web de Pestana CR7 Lifestyle Hotels. De esta manera, **los clientes podrán recorrer virtualmente el hotel y conocer al detalle sus habitaciones y espacios.** Con capacidad de filtrar por características, como iluminación natural, vistas de la habitación o tamaño de la cama, los huéspedes pueden visitar cada una de las habitaciones y elegir aquella que mejor se ajusta a sus necesidades y deseos. De esta manera, **el cliente puede reservar la habitación exacta en la que se hospedará.**





# EJEMPLO 2 #REALIDADVIRTUAL #RENDEZVERSE

El Madrid Marriot Auditorium se ha asociado con RendezVerse para desarrollar gemelos digitales del hotel y su centro de convenciones, como primer paso para entrar en el Metaverso. De este modo **los interesados en celebrar un evento en sus instalaciones pueden conocerlas a través de su plataforma RV360** sin necesidad de trasladarse a ellas, e incluso decidir cómo adaptarlas a sus gustos y necesidades en temáticas, configuración, colores, iluminación, etc. RendezVerse ofrece **visitas virtuales a salas de reuniones y convenciones** y también trabaja con JW Marriott Marquis Dubai, Atlantis The Palm Dubai, Four Seasons Resort Bali e InterContinental París Le Grand, entre otros.





# **EJEMPLO #LASPALMAS** **#GESTIÓN**

Las Palmas de Gran Canaria va a implementar un gemelo digital de la ciudad integrado con las áreas de Turismo y Movilidad con el objetivo de **impulsar la innovación tecnológica de la capital y mejorar y simplificar los procesos de planificación** y reorientación del tráfico y el turismo de la ciudad. Este modelo contará con elementos esenciales de la estructura urbana, como edificios, carreteras, espacios públicos y las características naturales del entorno para así **avanzar hacia modelos en los que las tecnologías inteligentes sumen** para contribuir a mejorar la vida de los residentes y la experiencia de viaje de los turistas. Se espera que, entre otras cosas, sirva para anticiparse en la toma de decisiones, pero también, navegar y conocer la ciudad de forma inmersiva, así como consultar información en tiempo real y hacer simulaciones futuras a partir de datos históricos.





# EL NEGOCIO DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS

España es una referencia internacional en **turismo de negocios**, impulsado en gran medida por el atractivo internacional de Barcelona y Madrid como ciudades incluidas de manera sostenida entre las más bien posicionadas entre los profesionales de un gran número de sectores. El **impacto económico** que generan, tanto directo como indirecto, contribuye en gran medida a la sostenibilidad de sectores complementarios, esencialmente de servicios, redundando también en un fortalecimiento de la imagen internacional del país y su posicionamiento como un destino idóneo para los negocios y un exportador global de productos y servicios de valor añadido.

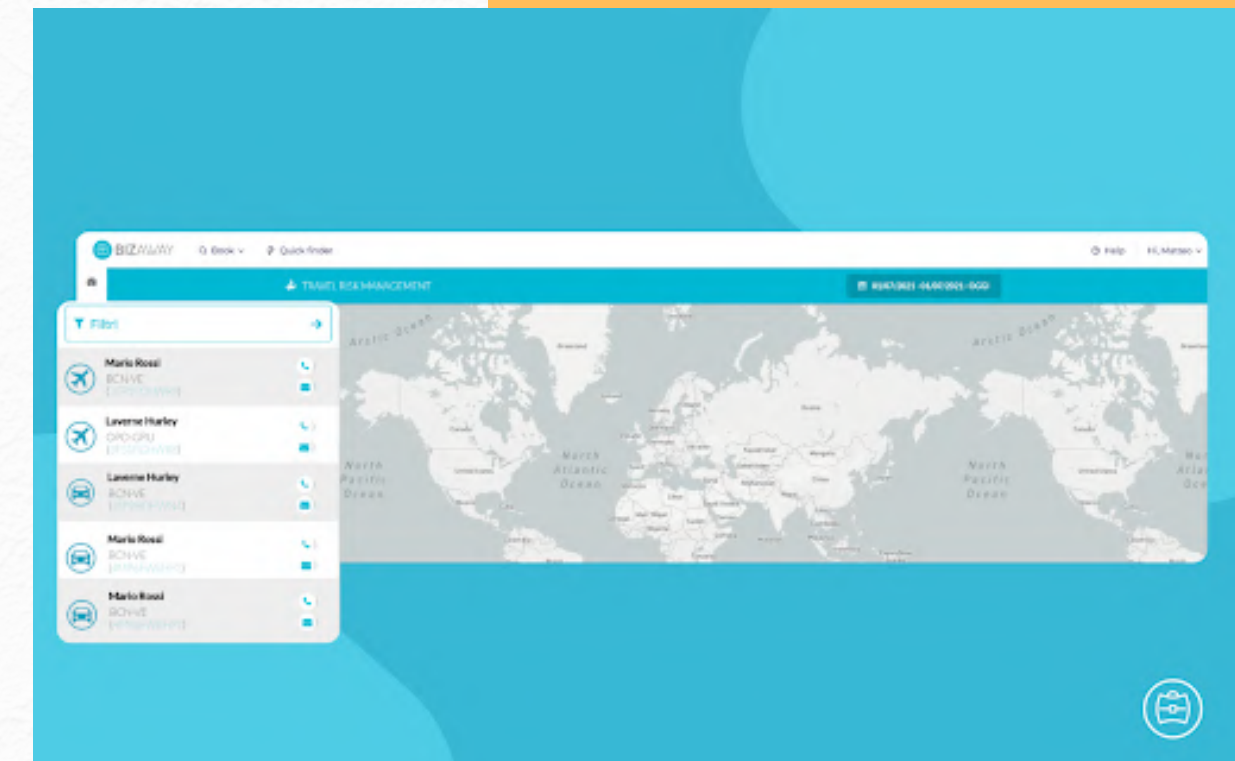
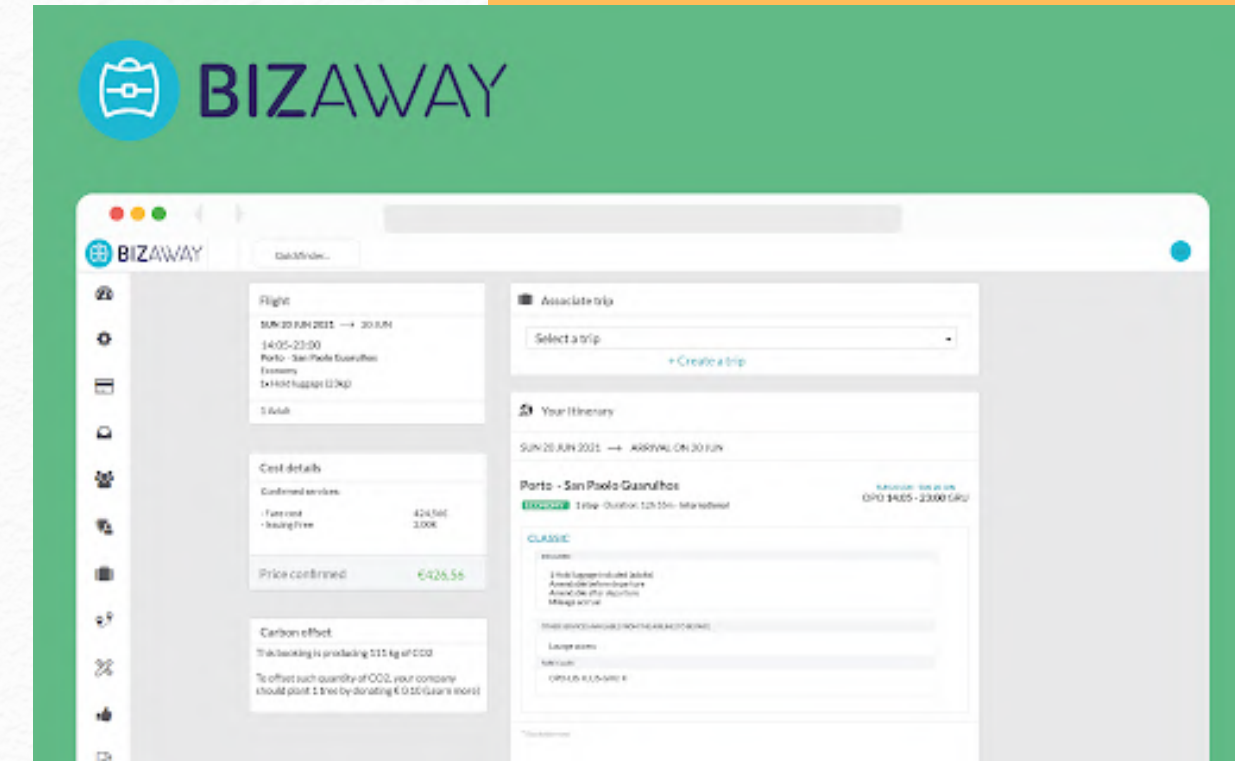
Más allá del propio viaje, el uso de tecnologías como la inteligencia artificial o la analítica de datos permiten abrir nuevas vías de negocio digitalizando parte del viaje de este particular turista.





# EJEMPLO #BIZAWAY

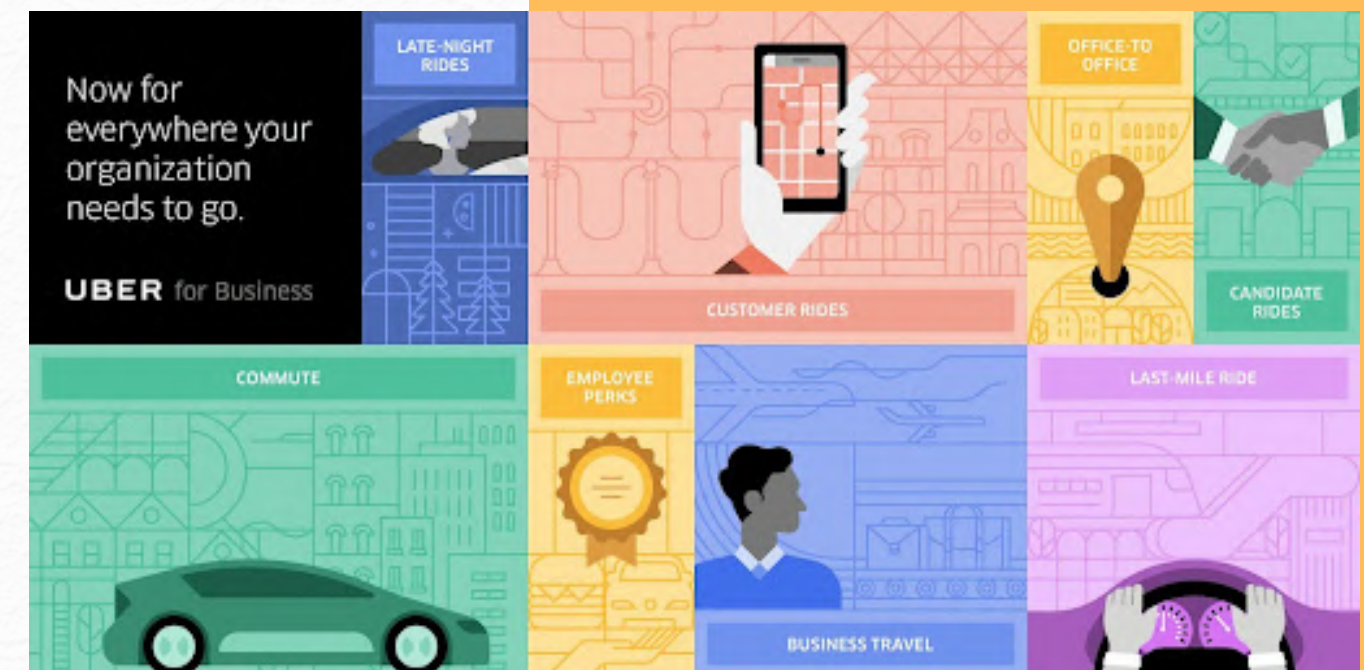
A caballo entre la empresa tecnológica y la agencia de viajes, **BizAway ofrece a grandes corporaciones la gestión integral de sus viajes de negocios**: hace las reservas, las gestiona, se encarga de los trámites administrativos y de una eventual integración tecnológica, entre otros procesos. Y asegura que **garantiza un ahorro del 25 %** con relación al precio de mercado. Además, facilita el seguimiento y la gestión de los gastos relacionados con los viajes de negocios, proporciona herramientas de generación de informes y permite a las empresas establecer políticas de viaje específicas y su cumplimiento.





# EJEMPLO #UBER #BUSINESS

Los viajes de negocios están resurgiendo y Uber está aprovechando la tendencia con nuevos productos y funciones diseñados para hacer que **el viaje sea más cómodo y más eficiente** para los viajeros de negocios. Para ello, Uber ha lanzado este 2023 Uber Business Comfort, un tipo de **viaje exclusivo para viajeros de negocios**. La oferta incluye prioridad de recogida, coches más nuevos, más espacio para las piernas, conductores calificados y preferencias personalizadas. Los viajeros que utilicen Uber Business Comfort también tendrán acceso a un **servicio de asistencia personalizada 24 horas al día**, 7 días a la semana. Además, dentro de la aplicación Uber y Uber Eats hay un centro de negocios para gestionar sus necesidades de viaje, ver sus beneficios para empleados y políticas de viaje, y los programas de viajes y comidas.





# TENDENCIAS DIGITALES\_ TURISMO



ACTUALIZACIÓN OCTUBRE 2023